LES NOTES DU FORMATEUR – ATELIER *FORMER LES FORMATEURS* – LA PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS A LA NORMALISATION

Introduction

1 Ces notes sont destinées à aider les formateurs lorsqu'ils utilisent les six présentations PowerPoint traitant de la participation des consommateurs à la normalisation.

2 Les notes présupposent que vous avez reçu le Manuel d'enseignement à distance, « Les consommateurs et les normes : un partenariat pour un monde meilleur », et que vous en connaissez le contenu. L'étude du manuel vous prendra environ quatre heures.

3 Les six présentations PowerPoint sont les suivantes:

- **Le cadre général :** explique ce que sont les normes et pourquoi elles sont importantes pour les consommateurs;
- **Modèles et réalités :** décrit l'influence des consommateurs au niveau des politiques dans l'organisme national de normalisation (ONN) et les facteurs influant sur la participation des consommateurs. La présentation donne quelques exemples sur les modalités actuelles de l'implication des consommateurs au niveau des politiques et au niveau technique;
- **La voie à suivre :** examine deux exemples nationaux montrant comment la participation des consommateurs a été améliorée ces dernières années;
- **Utiliser de précieuses ressources :** décrit le soutien que l'ISO et CI (Consumers International) peuvent apporter et leurs activités;
- **Questions relatives aux consommateurs dans les normes :** expose de mini-études de cas et des exemples pour illustrer comment les consommateurs ont fait la différence et présente un guide ISO/CEI destiné tout particulièrement à aider les représentants des consommateurs;
- **Développer vos solutions :** étudie quelles peuvent être les actions des ONN et des organisations de consommateurs au niveau national et encourage la collaboration.

4 Vous pouvez utiliser toute la suite des présentations PowerPoint, ou les exposer séparément, selon l'accent mis par la formation que vous dispensez et les connaissances et l'expérience des personnes que vous formez.

5 La structure des présentations n'est pas rigide. Vous pouvez sélectionner certaines diapositives particulières, insérer des exemples de la présentation 5 et inclure vos propres diapositives. Mais il convient de ne pas modifier les diapositives elles-mêmes (pour des raisons de copyright et parce que le message à communiquer risque d'être altéré). Pour éviter toute confusion, chaque diapositive, dans l'ensemble de la présentation, a un titre unique.

6 Nous vous conseillons vivement d'utiliser les présentations 1 à 4 dans l'ordre. Toutefois, bien que la présentation 3, « La voie à suivre », développe la présentation 2, « Modèles et réalités », vous pourrez souhaiter remplacer certains des exemples

par des exemples nationaux appropriés que vous connaissez. Les présentations seront probablement entrecoupées de séances de discussion.

7 La présentation 5, « Questions relatives aux consommateurs dans les normes » est assez différente. Selon la nature de votre cours, vous pouvez souhaiter en faire une présentation autonome ou en utiliser certaines parties pour développer des points évoqués dans des présentations antérieures. Il peut s'avérer plus pertinent d'utiliser, le cas échéant, des exemples de votre pays ou de votre région.

8 La présentation 6, « Développer vos solutions », encourage les participants à réfléchir aux dispositions concrètes qu'ils pourront prendre lorsqu'ils seront de retour chez eux, afin d'améliorer ou développer la participation des consommateurs à la normalisation au niveau national.

9 Ci-après, quelques notes pour étayer les présentations. Chaque ensemble de notes est suivi de questions à soumettre à la discussion. Les notes donnent des explications ou conseils supplémentaires à ceux du Manuel d'enseignement à distance mentionné en 2) ci-dessus, ou des informations qui explicitent la diapositive, si besoin est. Par conséquent, les diapositives ne sont pas toutes accompagnées de notes.

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 1

LE CADRE GENERAL – POURQUOI LES NORMES ONT-ELLES UNE SI GRANDE IMPORTANCE POUR LES CONSOMMATEURS?

Dans « Le cadre général », vous étudierez ce que sont les normes, en vous arrêtant d'abord à l'histoire des normes et à l'évolution de leur rôle pour répondre à l'évolution de la société et au développement technique. Vous étudierez ensuite le rôle des normes dans le monde moderne, comment elles sont définies et peuvent être utilisées pour appuyer la réglementation technique.

Puis vous vous attacherez aux questions intéressant les consommateurs qui peuvent être traitées dans des normes destinées à jouer un rôle dans la protection des consommateurs au sens le plus large. Vous examinerez les droits des consommateurs reconnus par les Nations Unies et montrerez que la participation des consommateurs est nécessaire dans le choix des normes à développer ainsi que dans leur élaboration technique.

La présentation

Diapositive 2 : Introduction	Modifiez cette diapositive pour indiquer la date et le lieu de votre cours de formation.
Diapositive 3: Contenu	Indique le contenu général de la présentation.
Diapositives 4-6 : Histoire	Donnez des exemples montrant que des normes formelles ont existé depuis les temps les plus reculés. (La diapositive 6 donne l'exemple de l'Égypte, environ 7000 av. J.-C.). Différentes normes ont été développées pour répondre à l'évolution des besoins de la société et des techniques. Au 19ème siècle, avec le développement de la production en série, l'accent était mis sur les normes pour les composants. Dans le monde contemporain, des normes sont élaborées pour les besoins des technologies de l'information et de la communication. Il peut s'agir de normes formelles auxquelles ont contribué plusieurs parties prenantes. D'autres normes sont développées par un fabricant ou un intérêt commercial dominant et, en raison même de cette prédominance, deviennent des normes internationales *de facto* (par exemple Microsoft Windows).

Diapositive 7 : Qui élabore les normes?*

Examine l'éventail des organisations qui élaborent des normes. Il s'agit des organismes internationaux et des organismes nationaux et régionaux de normalisation. L'essentiel du présent cours se rapporte à ces organisations. D'autres organisations qui ont traditionnellement élaboré des normes pour répondre à leurs propres besoins sont également évoquées:

- Les gouvernements élaborent fréquemment leurs propres normes pour sous-tendre la législation.

- Les agences et organismes internationaux gouvernementaux, par ex. la Commission du Codex Alimentarius qui élabore des normes relatives aux produits alimentaires (ils ne disposent souvent pas d'un processus qui encourage la participation des consommateurs car la normalisation est considérée comme une responsabilité gouvernementale).

- Les organisations élaboratrices de normes comme l'American Society for Testing and Materials, dont les normes sont promues et utilisées sur le plan international.

- Les consortiums de normalisation représentent un développement récent. Ils sont nombreux et certains se constituent en organisations permanentes.

Pour compléter le tableau, il existe des normes *de facto*, par ex. Microsoft Windows et VHS.

Presque toutes les grandes organisations ont leurs propres normes formelles internes. Elles peuvent être développées en interne ou par un fournisseur de normes.

---

* Quelques sigles : ISO : Organisation internationale de normalisation; CEI : Commission électrotechnique internationale; UIT : – Union internationale des télécommunications.

Organismes nationaux de normalisation – KATS : Agence coréenne pour les technologies et les normes; BSI : British Standards Institution; CEN : Comité européen de normalisation.

Organisations élaboratrices de normes (SDO) : ASTM : American Society for Testing and Materials; ASME : American Society of Mechanical Engineers; IEEE : Institute of Electrical and Electronics Engineers.

Diapositive 8 : Définition

Il existe de nombreuses définitions proposées par différents organismes de normalisation. Cette diapositive en donne deux. La première, plus facile, contient les éléments essentiels :

- l'existence d'un document, la norme pouvant être ainsi utilisée de la même manière en des lieux et temps différents;
- l'accord d'experts représentant différentes parties intéressées;
- la fourniture de lignes directrices sur la conception, l'utilisation ou la performance;
- l'application à tout type de sujet : matériaux, produits, processus, services, systèmes ou personnes.

La deuxième définition, qui couvre aussi tous ces éléments, est la définition officiellement approuvée de l'ISO et de la CEI. Elle est expliquée dans le Guide ISO/CEI 2.

Diapositives 9, 10 : Parties prenantes, avantages

Ces diapositives sont explicites.

Diapositive 11 : Règlements

Vous disposez peut-être d'exemples de normes (nationales ou internationales) qui, dans votre pays, ont été utilisées comme base de la réglementation technique. Le premier point souligne la différence essentielle entre les normes et les règlements. Mais il est aussi important de relever que ce sont les gouvernements et les marchés qui décident en fin de compte si une norme est ou non d'application volontaire !

Diapositive 12 : Ce que veulent les consommateurs

Résume de manière positive les attentes probables de tous les consommateurs ! Insistez ici sur le fait que les normes peuvent contribuer à presque tous les aspects qui feraient d'un produit ou service « le meilleur ». Néanmoins, si le produit ou service n'est pas d'un prix abordable et s'il n'est pas disponible pour un grand nombre de personnes, il ne présentera qu'un avantage limité pour les consommateurs dans leur ensemble et ne sera peut-être guère concurrentiel !

Diapositive 13 : Droits

Énumère les huit droits des consommateurs (version actualisée) définis par Consumers International et adoptés par la famille des institutions spécialisées des Nations-Unies. Le concept de droits des consommateurs sous-tend la protection des consommateurs, le commerce équitable et d'autres législations. Toutefois, c'est au président John F. Kennedy que l'on doit la première déclaration générale sur les droits des consommateurs.

Diapositives 14, 15: Questions

Identifiez les questions relatives aux consommateurs que les normes peuvent aider à traiter.

Diapositive 16: Réponses

Cette diapositive mentionne un ensemble de normes internationales et nationales, découlant d'initiatives lancées par les consommateurs. Toutes impliquaient clairement un problème intéressant les consommateurs et une norme était considérée

comme une première étape appropriée. Pour obtenir une protection complète des consommateurs, l'application et la mise en vigueur de la norme sont aussi nécessaires. Vous pouvez donner d'autres exemples.
La diapositive mentionne également un IWA – Accord international d'atelier – qui est un produit ISO reconnu. Ce type de référentiel est élaboré sur une période plus courte, à la suite d'une réunion d'experts. L'IWA a une durée de vie limitée, avant d'être développé en un autre type de document ISO ou annulé. Dans le cas présent, l'IWA sur la sécurité de l'image (exposition des enfants aux ordinateurs, aux écrans de télévision, etc., sur de longues périodes et dans des circonstances particulières) est le résultat d'une initiative de représentants des consommateurs au Japon.

Diapositive 17: Contributions

L'élaboration d'une norme formelle est un processus qui implique un certain nombre d'étapes et d'activités. Cette diapositive indique, sur la base de l'expérience, quand et comment un représentant des consommateurs a de bonnes chances d'apporter une contribution significative. Pour avoir un impact réel, les consommateurs doivent être impliqués activement dans le processus et ne pas se limiter à formuler des observations sur les projets. L'expérience au Royaume-Uni et ailleurs suggère que plus tôt le représentant des consommateurs est impliqué dans le processus, plus importante sera sa contribution possible. En effet, s'assurer que le domaine d'application d'une norme est approprié marque souvent le début de cette contribution !

Diapositive 18 : Impacts

Indique différents sujets de normes et de produits normatifs qu'un représentant des consommateurs a pu influencer pour faire en sorte que le référentiel réponde mieux aux exigences des consommateurs. Les exemples donnés font principalement référence à des normes et ont trait à des produits, à des services et à un Guide ISO/CEI. Le Guide 71 aide les normalisateurs à prendre en compte les besoins des personnes âgées et des personnes handicapées lorsque l'on élabore ou révise des normes.
Bon nombre des exemples présentés ici figurent à titre d'études de cas dans la Présentation 5, « Questions relatives aux consommateurs dans les normes ».

Diapositive 19: Nouveaux domaines

Indique les nouveaux domaines de normalisation comportant des enjeux d'une grande importance pour les consommateurs. Pour certains de ces domaines, ce sont les consommateurs qui ont identifié le besoin de Normes internationales. Dans ces domaines, comme la sécurité publique, certains aspects de la responsabilité sociétale et de la protection de l'environnement, les consommateurs ont en outre identifié des priorités particulières. Le COPOLCO a un rôle important à jouer pour synthétiser les préoccupations générales des consommateurs et identifier non seulement de nouveaux projets particuliers, mais également des domaines potentiels de normalisation dont les

	consommateurs puissent bénéficier.
Diapositive 20	Cette diapositive, qui conclut la présentation, est explicite. Elle conduit à la deuxième présentation, « Modèles et réalités », dans laquelle la notion de participation des consommateurs est étudiée et développée.

Questions à soumettre à la discussion :

1. Comment la normalisation est-elle menée dans votre pays?
2. Comment les normes s'intègrent-elles au cadre réglementaire dans votre pays?
3. Comment les questions relatives aux consommateurs sont-elles prises en compte?
4. Quelles normes sont nécessaires dans votre pays?

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 2

MODÈLES ET RÉALITÉS : LA PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS A LA NORMALISATION – UN ÉTAT DES LIEUX

La représentation des consommateurs et leur contribution à l'élaboration des normes ont été décrites dans « Le cadre général ». Dans cette nouvelle présentation, vous étudierez l'influence que les consommateurs peuvent exercer au niveau politique ou stratégique ainsi qu'au niveau technique. Tout modèle visant à impliquer les consommateurs dans l'élaboration des normes doit encourager la participation à la fois au niveau des politiques et au niveau technique.

La présentation examine les facteurs « macro » qui influent sur le type de modèle qu'un pays peut envisager et donne des exemples. Lorsque vous exposerez ce sujet, vous pourrez souhaiter présenter d'autres exemples de votre propre pays ou région. La présentation décrit ensuite trois modèles nationaux et un modèle régional.

Enfin, vous aborderez le problème des obstacles à la participation des consommateurs, qui existent même dans les pays où il semble y avoir des structures et processus appropriés.

La présentation

Diapositive 2 : Titre	Modifiez cette diapositive pour indiquer la date et le lieu de votre cours de formation.
Diapositive 3: État des lieux	Décrit le contenu de la présentation.
Diapositive 4 : Où les consommateurs peuvent-ils être impliqués?	Les consommateurs et leurs organisations peuvent exercer une influence à l'extérieur de leur ONN et le font effectivement. Ils peuvent identifier des problèmes susceptibles d'être abordés au moins en partie par une norme, ou montrer par exemple en quoi une norme n'est pas assez rigoureuse pour donner la protection adéquate. Ils peuvent ensuite faire pression auprès d'agences ou départements gouvernementaux concernés. Ils peuvent contacter la presse et d'autres médias, la télévision et la radio pouvant être particulièrement utiles. Au sein de l'ONN, leur influence au niveau des politiques dépendra de leur présence dans l'enceinte appropriée. Cet aspect, qui variera selon les structures de l'ONN, est mentionné au point correspondant dans les exemples.
Diapositive 5 : Aspects politiques auxquels les consommateurs peuvent contribuer	Cette diapositive est explicite.
Diapositive 6 : Facteurs de l'implication des consommateurs	La diapositive explore les facteurs influant sur le type de modèle de représentation des consommateurs qui sera probablement développé. Des explications accompagnées d'exemples sont données pour chacun des facteurs. Si vous connaissez d'autres exemples, n'hésitez pas à les utiliser.

- Structure de l'ONN
  Un ONN peut être composé d'organisations membres et être l'organisme d'accréditation d'organisations élaboratrices de normes, comme c'est le cas de l'American National Standards Institute (ANSI). Il peut s'agir d'un organisme national unique comme la British Standards Institution (BSI) au Royaume-Uni. L'ONN peut aussi faire partie d'un département ou ministère (habituellement le Ministère du commerce), modèle très courant dans les pays en développement mais également au Japon et au Canada. Un modèle plus courant en Europe est l'ONN en tant qu'entreprise indépendante.

  Autres variantes : la participation des parties prenantes concernées aux activités de l'ONN se fait moyennant le versement d'une cotisation, comme c'est le cas en Allemagne, ou est un droit, comme c'est le cas au Royaume-Uni et en Suède.

- La géographie du pays : Dans les pays européens, les distances relativement courtes facilitent, en termes de temps et de coût, la participation aux réunions. En Argentine et au Canada, les distances sont considérables. Le Canada a doté ses représentants des consommateurs d'un bon support informatique, qui leur permet de participer par voie électronique alors que l'Argentine n'a pas encore eu cette chance.

- Histoire des modalités de traitement des questions sociétales. En Suède, État démocratique très avancé sur le plan social, la société a confié cette responsabilité au gouvernement, qui finance les organisations de consommateurs et leur participation à la normalisation. Aux États-Unis, les organisations de consommateurs sont fondées sur l'adhésion des membres et il n'existe pas actuellement de financement coordonné pour la participation des consommateurs à la normalisation. Le Royaume-Uni a une longue tradition de services publics et d'engagement bénévole à tous les niveaux. Dans cette perspective, ce pays a développé un processus pour représenter les intérêts des consommateurs dans la normalisation, qui repose largement sur des « consommateurs bénévoles non professionnels ».

- Organisation des consommateurs au niveau national. Au Royaume-Uni, par exemple, il existe trois organisations principales de consommateurs. « Which? » est une organisation composée de membres cotisants, qui est très active et dont l'activité est axée sur la publication d'un magazine. Le National Consumer Council, entièrement financé par le gouvernement, est chargé en contrepartie de veiller à ce que la voix des consommateurs défavorisés

soit entendue.

Une troisième organisation nationale, la National Consumer Federation, coordonne de nombreux autres organismes traitant de groupes ou questions très spécifiques (par ex. malvoyants, Action on Smoking and Health).

Du fait qu'il n'existe que trois organisations principales, l'ONN identifie plus facilement les contacts, etc. L'Espagne, en revanche, se caractérise par un grand nombre d'organisations de consommateurs répondant principalement à des préoccupations locales et il ne semble pas y avoir de coordination nationale.

- La nature du gouvernement. L'ampleur de la réglementation, de la surveillance du marché et de dispositifs analogues a également un impact. Si l'organisme de normalisation fait partie d'un département gouvernemental, cela peut influencer son point de vue sur le rôle des normes et donc sur les priorités nationales, par ex. l'équilibre entre la promotion du commerce et la protection des consommateurs.

Ressources : elles sont abordées dans la présentation « Utiliser de précieuses ressources ».

Diapositive 7: Modèles

Ne nécessite aucune explication.

Diapositive 8 : Modèle national du Royaume-Uni – Intérêt des consommateurs et du public pour la normalisation

Cette diapositive, en revanche, nécessite une explication ! Texte en bleu : personnel de la BSI. Texte en orange : activités concernant l'intérêt des consommateurs et du public. Le Comité de politique et de stratégie de la normalisation compte parmi ses membres le président du Comité consultatif stratégique BSI-CPI (Intérêts des consommateurs et du public).

Le comité consultatif stratégique BSI-CPI compte parmi ses membres les principales organisations de consommateurs du Royaume-Uni et les coordinateurs CPI. Il reçoit le soutien administratif du manager CPI (personnel de la BSI). Le groupe de pilotage CPI est composé de 9 coordinateurs CPI et reçoit le soutien administratif du manager CPI. Les coordinateurs sont tous des experts des consommateurs ayant des compétences dans des domaines particuliers. Il s'agit d'experts indépendants qui reçoivent de modestes honoraires, mais qui, en réalité, consacrent une bonne partie de leur temps aux activités de la BSI à titre bénévole.

Les coordinateurs sont en liaison avec le personnel de la BSI qui travaille dans le domaine concerné : les chefs de section. Ils coordonnent aussi les activités des experts spécialisés dans les intérêts des consommateurs et du public qui siègent aux comités techniques sur le plan national, européen et international. Ces experts, indépendants bénévoles ou issus d'organisations de consommateurs, sont appuyés par un membre du personnel de la BSI.

Les organisations du comité consultatif, les coordinateurs CPI, les experts bénévoles et les experts d'organisations de consommateurs constituent, avec les 2 membres du personnel CPI, le réseau BSI-CPI.

Diapositive 9 : Modèle national du Royaume-Uni (BSI-CPI)

Les quelque 40 membres bénévoles du réseau sont soutenus financièrement par le gouvernement du Royaume-Uni. Ce soutien couvre leurs frais de voyage et de séjour au Royaume-Uni, dans l'Union européenne et sur le plan international.

Diapositive 10 : Modèle national argentin (IRAM)

Aucune explication supplémentaire n'est nécessaire. La présentation « La voie à suivre » expose plus en détail ce sujet.

Diapositive 11 : Modèle national canadien : Conseil canadien des normes (CCN)

Le Conseil canadien des normes (CCN) est un organisme d’État et fait partie du gouvernement canadien. Au sein du CCN, un Comité consultatif sur l’intérêt des consommateurs et du public (CICP) traite des questions de politique, des priorités et des aspects politiques de la représentation des intérêts des consommateurs et du public. Ce comité relève du Conseil d’administration du CCN. Le mandat du comité couvre à la fois des questions de politique et de représentation. La composition du CICP est indiquée dans la diapositive.

Les organisations élaboratrices de normes au Canada (actuellement au nombre de 4) sont mandatées par le CCN pour développer les normes nationales. Ce mandat couvre la

	représentation des parties prenantes, que les normalisateurs sont donc instamment priés de faire participer. Au Canada, la représentation du consommateur au niveau techniques s'effectue principalement par l'intermédiaire d'un réseau d'organisations représentant les intérêts des consommateurs et du public, bien qu'il existe quelques représentants non professionnels. Les ressources financières constituent une limitation, mais un financement central limité existe pour les activités de politique au niveau international.
Diapositive 12 : Modèle régional européen, CEN/CENELEC et ANEC	La diapositive donne suffisamment de précisions sur l'ANEC. Le CEN est le Comité européen de normalisation, c'est-à-dire l'organisme de normalisation régional européen. La qualité de membre est ouverte aux ONN de tous les pays de l'UE, des pays en voie d'accession ainsi que des pays de l'Espace économique européen (Islande, Liechtenstein et Norvège), et de la Suisse. Le CEN élabore des normes recouvrant le même éventail d'activités que l'ISO. Son mode de fonctionnement est très proche de celui de l'ISO. Toutefois, contrairement à l'ISO et au COPOLCO, toutes les contributions des consommateurs (politiques et techniques) s'effectuent par l'intermédiaire de l'ANEC. Le CENELEC est l'équivalent européen de la CEI. Ses activités concernent exclusivement les normes dans le domaine de l'électricité. Ses membres sont issus des mêmes pays que ceux du CEN.
Diapositive 13 : Quelles compétences doivent avoir les représentants des consommateurs?	Les pays qui ont d'un modèle pour la représentation des consommateurs assurent en général une formation complémentaire. Certaines formations seront spécifiques à un pays, mais la documentation préparée par CI et le COPOLCO sera utile.
Diapositives 14-16 : Éliminer les obstacles	Ces diapositives identifient les obstacles susceptibles d'entraver la participation des consommateurs au niveau national, régional ou international. L’analyse permet de les répartir en obstacles associés d’une part aux processus, d’autre part au comportement et au soutien (diapositive 16). L'analyse aide à identifier les actions susceptibles d'améliorer la situation.
Diapositive 17 : Rendre possible l'implication des consommateurs	Cette diapositive résume la réalité. Les actions, le soutien et le travail en réseau susceptibles d'améliorer la situation sont développés dans d'autres présentations.
Diapositive 18 : Établir une comparaison avec votre situation nationale	Questions à étudier par les stagiaires.

Questions à soumettre à la discussion :

1. Les consommateurs sont-ils organisés dans votre pays?
2. Comment la législation, la culture et les organisations de normalisation de votre pays affectent-elles la représentation des consommateurs dans la normalisation?
3. Quelles sont les opportunités de collaboration entre les organisations de consommateurs et les organismes de normalisation? Les consommateurs ont-ils actuellement une influence quelconque sur les politiques de normalisation?

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 3

LA VOIE A SUIVRE – DÉVELOPPER LA PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS

Introduction

Dans « La voie à suivre », vous examinerez, à partir de deux exemples nationaux – Malaisie et Argentine – comment la participation des consommateurs à l'élaboration des normes a été améliorée ces dernières années. Dans le cas de l'Argentine, il y a eu progression lente après des débuts modestes. Il a fallu d'abord gagner la confiance des divers protagonistes et cela s'est fait peu à peu. Quand les avantages de la participation des consommateurs ont été plus nettement perceptibles, les relations entre l'organisme national de normalisation (IRAM) et les organisations nationales de consommateurs se sont développées. La mise en place de la participation des consommateurs s'opère souvent ainsi.

A travers l'exemple malaisien, vous décrirez un développement sur une période beaucoup plus courte, par des voies différentes, fondées sur des activités éducatives. Comme dans d'autres pays, la création d'une nouvelle organisation, l'« Association malaisienne des utilisateurs de normes », avec l'appui engagé du gouvernement et de la Fédération des associations de consommateurs malaisiennes, a permis de définir très vite une démarche coordonnée. La démarche de l'Argentine a été plus graduelle.

La présentation

Diapositive 2	Adaptez cette diapositive pour indiquer le titre, la date et le lieu de votre cours de formation.
Diapositive 3 : Introduction	Précisez que si la présentation se rapporte spécifiquement à l'Argentine et à la Malaisie, elle montre plus généralement comment développer les relations dans le cadre d'une collaboration fructueuse.
Diapositive 4 : Les extrêmes	Cette diapositive décrit certaines idées courantes (et idées fausses). L'ONN garde la porte ouverte et s'attend à ce que les organisations de consommateurs s'y engagent, comme l'a fait l'industrie. Alors que l'industrie voit bien les avantages financiers en termes d'économies de coûts et de potentiel de ventes accru, une organisation de consommateurs (OC) y voit des avantages intangibles, qui ne permettent pas de financer sa participation directe. L'ONN en conclut que les consommateurs ne sont pas intéressés, ce qui peut être vrai ou non – ils ont peut-être d'autres priorités. Une OC doit comprendre et mesurer la valeur, pour ses travaux, que représenterait sa participation à l'élaboration des normes. Cette valeur peut alors être invoquée pour rechercher les ressources nécessaires. Un malentendu courant est de penser que les OC doivent avoir des compétences techniques élevées pour participer. Cela n'est pas nécessaire. Elles apportent leur propre expertise des questions liées aux consommateurs qui est unique en son genre et qui est valorisée par les autres parties prenantes.

Diapositive 5 : Questions étudiées

Il existe de nombreux modèles différents pour la participation des consommateurs à la normalisation. Ils dépendront des facteurs suivants :

- Ressources de l'ONN et de l'OC
- Engagement de l'ONN et de l'OC
- Cadre légal
- Considérations géographiques – population répartie sur un vaste territoire, par ex. Canada, ou pays à plus forte densité de population avec un centre accessible bien défini.

(Voir « Modèles et réalités » pour plus d'informations sur ces facteurs.)

En conséquence, l'Argentine a pris en compte les conditions spécifiques prévalant dans le pays et vous verrez toute l'utilité de faire de même.

Il est important d'examiner les objectifs et l'efficacité. Les objectifs peuvent être à court ou à long terme. Dans l'objectif d'une large participation des consommateurs, mais avec des ressources très limitées et peu de temps disponible, les représentants des consommateurs ont dû commencer très modestement pour gagner la confiance de l'ONN et de l'OC et apporter la preuve de résultats concluants.

L'efficacité de la participation des consommateurs ayant été démontrée, il paraissait justifié d'augmenter les ressources pour élargir la participation. Des précisions supplémentaires sur la manière dont la situation a évolué seront données dans une diapositive ultérieure.

Diapositive 6 : Perspectives des consommateurs en Argentine

Les formations DEVCO/COPOLCO se sont avérées très positives pour le développement continu de la participation des consommateurs à la normalisation en Argentine, en termes de formation formelle et d'occasions de travail en réseau.

Si l'ONN se montre peu enclin à se laisser approcher par une OC, les recommandations de l'ISO lui rappellent utilement ses responsabilités et il peut s'avérer utile de l'encourager à prendre les consommateurs au sérieux.

Toutefois, les OC doivent également savoir que les ONN ont des contraintes financières et devront peut-être limiter leur soutien plus qu'elles ne le voudraient dans l'idéal.

Les OC qui choisissent de suivre les recommandations doivent le faire dans un esprit de coopération et non dans un esprit de confrontation, qui peut très bien conduire à voir se refermer une porte entrouverte ! Toutefois, en général, les ouvrent largement leurs portes aux OC.

Aspects négatifs à surmonter:

En Argentine, l'OC n'a pas compris ce que faisait l'ONN ou comment il organisait son travail. Qui donc aborder à l'ONN?

- Demander qui est responsable de la composition des comités
- Demander si quelqu'un dans l'ONN s'intéresse spécifiquement aux consommateurs
- Demander si l'ONN est membre du COPOLCO et qui est le membre désigné du COPOLCO
- Demander à être invité à apprendre comment l'ONN élabore ses normes. Cela permettra d'informer les OC sur les possibilités d'une participation plus directe.

Le rôle des consommateurs est de donner des informations sur l'utilisation réelle des produits et services et de fournir un éclairage extérieur qui fait souvent défaut aux fabricants et aux fournisseurs, notamment sur les cas courants de mauvaise utilisation.

Le besoin de ressources est récurrent. Il est souvent nécessaire de commencer modestement, comme l'a fait l'Argentine. Plus les avantages de la participation des consommateurs sont compris, plus il est facile de justifier un rôle croissant des OC dans la définition des priorités et la participation à la normalisation, ainsi qu'un plus fort soutien de l'ONN.

Comment donc les relations entre les consommateurs et l'ONN se sont-elles développées en Argentine?
Voir diapositive suivante.

Diapositive 7 : Qu'avons-nous fait?

L'Argentine a commencé par le haut de l'échelle ! D'autres, en revanche, peuvent juger utile de prendre une autre voie. Rechercher des « champions » : des personnalités qui, au sein de l'ONN ou de l'OC, peuvent saisir rapidement les avantages de la participation des consommateurs. Recourir ensuite à ces « champions » pour obtenir des informations et des conseils sur la meilleure manière d'avoir un impact positif sur l'autre organisme (ONN ou OC).

L'OC argentine a découvert qu'il était important d'établir des relations fondées sur des attitudes positives soulignant que la participation des consommateurs est bénéfique pour tous.

Diapositive 8 : Quelles étaient nos ressources?

L'OC argentine a commencé modestement en utilisant ses activités existantes pour sous-tendre et appuyer le travail de l'ingénieur et du conseiller technique.

Elle a découvert qu'il ne fallait pas se laisser intimider par les compétences techniques des représentants de l'industrie et du gouvernement siégeant aux comités de normalisation. Les deux représentants des consommateurs ont apporté leurs propres compétences spécialisées dans leur domaine.

Il est également intéressant de relever que les membres du comité de normalisation, qui se consacrent à la rédaction détaillée de leurs normes, peuvent perdre de vue la perspective plus générale. En posant une question simple ou en faisant ressortir un aspect qui lui

paraît étrange, le représentant des consommateurs peut modifier la perspective de l'ensemble du comité – on appelle cela le bon sens !

Diapositive 9 : Qu'avons-nous pensé?

Les consommateurs ont dû être attentifs à commenter les questions relatives aux consommateurs et à ne pas s'égarer dans des domaines qui ne les concernent pas ou des domaines techniques et spécifiques hors de leur compétence.

La participation au processus a permis aux deux représentants des consommateurs d'acquérir de nouvelles compétences et d'élargir leur expérience, ce qui a enrichi leurs travaux ultérieurs. Elle les a rendus plus confiants et a permis l'acceptation de leurs contributions par les autres membres des comités de normalisation.

Diapositive 10 : Ce que nous avons découvert

Les OC se plaignent souvent du fait que l'élaboration d'une norme prend trop de temps. Or, changer les attitudes et résoudre des questions difficiles prend aussi beaucoup de temps. Cette situation peut être mise à profit car elle donne aux représentants des consommateurs suffisamment de temps pour apprendre et influencer les membres du comité.

Il faut également du temps pour établir des alliances, identifier qui appuie ou fera connaître vos points de vue. Une tactique a consisté à collaborer avec des personnes partageant les mêmes idées pour influer sur le comité, en particulier s'il s'agissait de personnalités affirmées, c'est-à-dire de personnes qui semblent être écoutées chaque fois qu'elles s'expriment ! Le soutien peut venir de sources surprenantes, notamment des représentants de l'industrie.

Lorsque les questions étaient difficiles à résoudre, les représentants des consommateurs ont parfois reporté la discussion à une réunion ultérieure pour donner le temps de la réflexion et de prendre des contacts informels pour suggérer la voie à suivre.

Qu'il s'agisse d'élaborer une norme nationale ou une norme internationale, les contacts avec d'autres OC peuvent donner des perspectives et des idées qui aident à faire passer les points de vue des consommateurs.

Aspects négatifs à surmonter:

- Dans un comité existant ou dans une industrie bien implantée, de nombreuses personnes se connaissent déjà et les représentants des consommateurs peuvent se sentir très isolés. Toutefois, ils disposeront de temps pour connaître les personnes et conclure des alliances (pauses repas ou café).

- En Argentine, les représentants des consommateurs se sont aperçus de certaines lacunes dans leurs connaissances – qu'il leur fallait combler au plus vite. Ils ont profité de rencontres informelles pour poser des questions et acquérir des connaissances.

- Parfois, des connaissances techniques très spécialisées sont requises. La manière de faire face à ces situations dépend de l'importance des enjeux pour les consommateurs. Si elle est très grande, il faut acquérir des compétences, s'entourer d'experts qui pourront aider ou trouver une autre solution.

En Europe, où les ressources sont relativement bonnes, l'ANEC, la Voix des consommateurs européens dans la normalisation, envoie des représentants bénévoles des consommateurs pour siéger dans la plupart des comités de normalisation européens concernés. Cependant, dans un ou deux domaines à haute technicité, par exemple circulation routière, technologies de l'information, l'ANEC a engagé des consultants pour représenter les consommateurs.

Diapositive 11 : Qu'est-ce qui est efficace?

Ici, le message à retenir est de ne pas avoir peur de poser des questions, à la fois dans les réunions formelles et lors des pauses – et de les poser sans cesse !
Il est aussi très important de faire une recherche sur le sujet traité avant une réunion. Face à des faits indubitables, un comité en examinera à coup sûr les implications. Il est difficile de réfuter un ensemble de données objectives.

Les essais comparatifs sont une des sources principales d'information en Argentine. Il y a de nombreuses autres sources d'information, notamment les données gouvernementales sur les accidents, les rapports des ONG et des universités. Il est utile de travailler en réseau avec d'autres organisations et d'utiliser l'Internet, s'il est disponible, pour obtenir l'information dont vous avez besoin.

Rien ne garantit que les représentants des consommateurs seront d'emblée écoutés. Dans ces situations, les représentants argentins ont choisi de rester et ont continué d'exprimer leurs points de vue. Le point de vue d'un représentant des consommateurs peut être rejeté à une réunion et accepté à une réunion ultérieure. Le représentant d'une autre partie prenante pourra par exemple montrer la pertinence de cette opinion à une réunion ultérieure et elle sera adoptée. Il faut parfois tout simplement du temps pour que le message « passe ».

Un enseignement important est de ne pas se décourager si les propositions ne sont pas toutes acceptées : c'est l'aboutissement de la norme qui compte. Il est aussi possible d'influer sur une révision future de la norme.

Diapositive 12 : Cela suffit-il?

Dans la perspective argentine – quelles sont donc les clés de la réussite?
Les ONN doivent faire plus qu'annoncer simplement aux consommateurs que la porte leur est ouverte.
Ils doivent :

- les encourager;
- désigner une personne chargée de maintenir les contacts;
- développer les relations.

Il s'agit d'une responsabilité partagée. Les organisations de

consommateurs doivent :

- acquérir des compétences en normalisation ;
- entretenir les relations avec l'ONN.

L'expérience a été concluante en Argentine : ayant commencé par une coopération modeste au niveau stratégique, les organisations de consommateurs sont maintenant engagées dans des domaines techniques de la normalisation.

Diapositive 13 : Qu'a fait l'IRAM ?

Cette diapositive décrit les actions de l'ONN argentin.
La politique de la porte ouverte a été une première étape mais, pour progresser réellement, il est essentiel que l'ONN et/ou le gouvernement prennent l'engagement d'assister et de soutenir la participation des consommateurs à la normalisation.

Il est ensuite nécessaire de trouver des moyens économiques de créer et de maintenir des liens forts avec les OC et avec les consommateurs eux-mêmes.

Pour l'organisation de consommateurs, il est important de répondre à toute approche de l'ONN et de développer des relations permanentes, ou de prendre l'initiative d'un renforcement des relations, en s'inspirant de l'argumentation et de la documentation de soutien qui ont fait leurs preuves en Argentine.

Diapositive 14: L'expérience de la Malaisie

L'Association malaisienne des utilisateurs de normes (ci-après « Standards Users ») est une initiative plus récente que l'expérience argentine, qui s'est développée sur une décennie, voire plus.

L'initiative a progressé rapidement en raison du soutien et de l'assistance de l'Organisme national de normalisation (DSM) et de la FOMCA. En 2007, « Standards Users » a obtenu un programme de financement sur trois ans du DSM, et un soutien supplémentaire du Ministère du commerce intérieur et des questions de consommation ainsi que d'autres entreprises publiques.

Diapositive 15: Éducation

Certains programmes se sont attachés à sensibiliser et à intéresser les écoliers, adultes et enseignants aux avantages de la normalisation.

- **Documentation pédagogique**
  « Standards Users » utilise une documentation pédagogique pour tous ses programmes de sensibilisation dans les écoles et les formations. La documentation facilite considérablement la compréhension des participants et enseignants et améliore l'efficacité des activités. « Standards Users » a ainsi réussi à :

  - augmenter la fréquence de programmes destinés aux écoles et de sessions de formation ;
  - susciter et accroître la participation à un concours de rédaction d'essais.

- **Cours de formation**
  Les sessions de formation sont destinées aux enseignants, en particulier ceux qui jouent un rôle consultatif auprès de clubs de

consommateurs ou d'autres associations d'élèves dans les écoles. Les enseignants reçoivent la documentation pédagogique mentionnée ci-dessus et sont formés à l'utiliser pour obtenir les meilleurs résultats. Pour « Standards Users », les enseignants deviennent alors :

- des points de contact pour lancer des programmes de sensibilisation dans les écoles,
- des personnes de liaison pour réunir les participants et conduire les activités relatives aux normes et aux consommateurs dans les écoles.

Diapositive 16 : S'ouvrir aux consommateurs

Concours de rédaction d'essais :

Pour participer à ce concours, les participants doivent remplir un questionnaire en se fondant sur leur connaissance des normes et des consommateurs en Malaisie. Parmi les questions: « Quel est le nom de l'ONN? Qui représente les consommateurs? Qu'est-ce qu'une norme et pourquoi les normes sont-elles importantes? » Il y a quatre réponses possibles pour chaque question. En trois ans (2005 à 2007), « Standards Users » a observé :

- une augmentation des réponses correctes et une augmentation de la participation, donc
- plus de participants mis en situation de devoir lire et rechercher des informations pour répondre aux questions et rédiger leur essai, ce qui a amélioré leur compréhension de l'importance des normes pour les consommateurs.

Diapositive 17 : Ressources d'appui

L'ISO et Consumers International fournissent de nombreuses ressources d'appui *(cet aspect est traité plus en détail ultérieurement)*. Précisez ici la question des partenaires nationaux et régionaux :

- le soutien de l'ONN varie considérablement d'un pays à l'autre, mais il est bon de demander à l'ONN ce qu'il en est ;
- il en va de même des organismes publics ;
- les ONN disposent peut-être de ressources d'information et de soutien pertinentes qui seront une aide pour des questions spécifiques, par exemple les personnes handicapées.

Questions à soumettre à la discussion

1. Quelles étaient vos perceptions de votre ONN/OC et comment les expériences argentines ont-elles influencé votre réflexion ?
   (Reportez-vous à la diapositive 4 pour les perceptions initiales de l'Argentine et au reste de la présentation pour des réponses possibles)

2. Quelles sont les conditions qui, dans votre pays, influeront sur le type de modèle de participation des consommateurs qui conviendra à votre situation?

(Reportez-vous à la diapositive 5 et à ses notes)

3. En analysant l'expérience de ce qui a été efficace pour l’Argentine (diapositive 11), êtes-vous d'accord avec cette évaluation? Y a-t-il d'autres aspects qui pourraient vous aider à aller efficacement de l'avant?

4. L'expérience malaisienne est très différente de l'expérience argentine. Quels éléments de chaque approche jugez-vous utile de développer dans votre propre situation?

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 4
UTILISER DE PRÉCIEUSES RESSOURCES – RÉSEAUX ET ACCÈS AUX CONNAISSANCES

« Utiliser de précieuses ressources » développe les présentations « Le cadre général » et « Modèles et réalités ». Dans une certaine mesure, les études de cas présentées dans « Le cadre général » illustrent aussi comment un pays peut développer sa représentation des consommateurs lorsqu'il exploite des ressources disponibles.

Dans cette présentation, vous décrirez les structures et les organisations qui ont pour but d'aider les représentants des consommateurs et les organisations de consommateurs à s'engager d'une manière productive dans les travaux de normalisation à tous les niveaux. Vous montrerez comment l'Organisation internationale de normalisation (ISO) facilite la représentation des intérêts des consommateurs au niveau international et comment ces derniers peuvent se mettre en relation avec le réseau ISO par l'intermédiaire de l'Organisme national de normalisation de chaque pays.

Cette présentation vous permettra aussi de montrer toute la pertinence de l'enceinte prévue par l'ISO pour les pays en développement et de suggérer que les intérêts des consommateurs et des pays en développement dans la normalisation convergent fréquemment. Enfin, vous soulignerez le rôle de Consumers International dans la coordination de la contribution des consommateurs aux travaux de normalisation et vous expliquerez les relations entre cette organisation et d'importants travaux au sein du Système ISO.

Dans cette présentation, il est important de souligner que les représentants des consommateurs et les organisations de consommateurs ne doivent pas travailler de façon isolée. Avec un peu de recherche et d'initiative, ils peuvent se mettre en relation avec des réseaux organisés qui les aideront à puiser dans leurs connaissances et ressources et à faire valoir leurs points de vue d'une manière optimale.

La présentation

Diapositive 2 : Titre	Modifiez cette diapositive pour indiquer la date et le lieu de votre cours de formation.
Diapositive 3 : Aides	COPOLCO signifie Comité de l'ISO pour la politique en matière de consommation. DEVCO signifie Comité de l'ISO pour les questions relatives aux pays en développement. CI (« Consumers International »)est une fédération mondiale de groupes de consommateurs qui se consacre à la protection des droits des consommateurs. Il existe de nombreuses agences internationales et organisations non-gouvernementales qui ont un intérêt direct à ce que les normes aboutissent et certaines collaborent activement avec l'ISO. Ce sujet est développé à la fin de la présentation.
Diapositive 4 : Structure	Le COPOLCO et le DEVCO sont des comités chargés de l'élaboration d'orientations politiques qui relèvent du Conseil de l'ISO, qui est le « conseil exécutif » de l'ISO. Leurs activités, pour les questions relatives aux consommateurs et aux pays en

développement respectivement, ont des effets sur les enjeux de politique et de normalisation au sein de l'ISO.

Le COPOLCO ne produit pas de normes, mais suggère de nouveaux travaux de normalisation et formule des recommandations sur les questions de normalisation.

Diapositive 5 : Réseaux

Il est important de souligner la différence entre la composition (membres) des comités ISO chargés de l'élaboration d'orientations politiques d'une part, et celle de CI d'autre part.

Les délégations au COPOLCO comprennent souvent des parties prenantes autres que le personnel des ONN. La politique déclarée de l'ISO est de recommander une participation diversifiée des parties prenantes dans tous les comités.

En tant qu'organisation en liaison, CI assiste aux réunions du COPOLCO et participe activement à sa réunion plénière et à ses groupes de travail.

Diapositive 6 : Membres

Au fil des ans, la composition du COPOLCO a évolué pour inclure progressivement un plus grand nombre de pays en développement. C'est pourquoi les relations avec le DEVCO sont si importantes.

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), autre organisation en liaison, procède à des échanges d'informations et à des échanges de vues avec le COPOLCO, en particulier sur des questions relevant de la « globalisation des marchés » comme le commerce électronique et la satisfaction des clients.

Diapositive 7 : Rôle

Les quatre derniers points de la diapositive expliquent le rôle du COPOLCO et sont une version simplifiée de son mandat (voir le « module d'enseignement à distance » pour le mandat précis du COPOLCO).

Diapositive 8 : Activités

Cette diapositive donne une vue d'ensemble des activités du COPOLCO.

Le COPOLCO fournit à ses membres divers services – information, travail en réseau, formation – et constitue tout particulièrement un point de rencontre pour prendre des décisions et débattre de nouvelles propositions à examiner par l'ISO.

Diapositive 9 : Participation

Tout membre à part entière de l'ISO peut faire partie du COPOLCO, en qualité de membre participant ou de membre observateur. Les membres correspondants de l'ISO peuvent être membres observateurs au sein du COPOLCO. Une simple demande écrite suffit.

Une OC peut établir un lien avec le COPOLCO de deux manières :

1) en contactant l'ONN du pays et en lui faisant part de sa demande, ou

2) en contactant un membre local de Consumers International : CI est directement représentée au COPOLCO.

Diapositive 10 : Communication

Le Secrétariat du COPOLCO, basé au Secrétariat central de l'ISO à Genève, Suisse, administre le programme du COPOLCO, y compris ses groupes de travail. Cette diapositive montre que la communication entre les organisations de consommateurs au niveau national et le Secrétariat du COPOLCO est **indirecte** : elle s'effectue par l'intermédiaire de l'ONN. Si les organisations de consommateurs sont membres de CI, la communication doit passer par le « CI Office ».

PAR CONSÉQUENT :

Il est essentiel que l'ONN et CI soient des « passerelles » fiables, c'est-à-dire qu'elles facilitent la participation.

Il est également essentiel que les organisations nationales de consommateurs et les membres de CI soient proactifs !

Diapositive 11 : Groupes

Certains groupes de travail rédigent et révisent des « Guides », documents qui indiquent aux normalisateurs les meilleures pratiques sur des thèmes généraux comme les services.

La Journée d'étude annuelle aborde chaque année un thème différent intéressant les consommateurs. Voir *ISO Online* www.iso.org (Ressources pour les consommateurs/Journées d'étude) pour une liste complète des sujets et des actes de ces journées d'étude. Cette information est en accès libre.

Les groupes de travail sont ouverts à des experts des consommateurs de tous les pays membres du COPOLCO. La participation par correspondance est possible. Il s'agit d'une bonne manière de s'impliquer dans les activités du COPOLCO.

Diapositives 12 & 13 : Publications

Un manuel d'enseignement à distance – une introduction à la représentation des intérêts des consommateurs – a été mis en ligne en 2008. Les publications indiquées sur la diapositive sont disponibles sur *ISO Online* www.iso.org (Ressources pour les consommateurs/Publications).

Diapositives 14-16 : DEVCO et DEVT

Faites ressortir les points suivants :

1) L'ISO/DEVCO est le comité de politique chargé de définir et suivre les stratégies, et de l'échange d'informations.

2) ISO/DEVT signifie Services de développement et de formation. Cette unité est chargée de développer les capacités des membres des pays en développement de l'ISO.

	3) Le DEVCO identifie des domaines stratégiques clés dans le Plan d'action. Le DEVT organise, entre autres activités, des ateliers et formations dans des domaines clés de la normalisation, notamment (sans caractère limitatif) la responsabilité sociétale (RS), la sécurité des denrées alimentaires et les normes de systèmes de management – domaines qui ont de grandes implications pour les consommateurs !
Diapositives 17-18 : Identité et composition de CI	Consultez www.consumersinternational.org Soulignez que CI est une organisation de portée mondiale et s'occupe de questions de normalisation depuis de nombreuses années. Il ne s'agit que d'un volet de son travail de défense des consommateurs et d'organisation de campagnes. CI a des critères rigoureux pour garantir l'indépendance de ses prises de position; elle n'accepte AUCUN don ou soutien d'entreprises.
Diapositive 19 : Objectifs de CI	Explicite.
Diapositive 20 : Implication de CI	Soulignez que CI reconnaît que la normalisation s'est élargie ces dernières années à un nombre beaucoup plus important de domaines axés sur les consommateurs. Les normes sont de plus en plus utilisées comme base des législations nationales, de là leur valeur pour la protection des consommateurs.
Diapositive 21 : Rôle de CI dans la normalisation	La CEI est la Commission électrotechnique internationale. CI participe à des comités techniques et consultatifs de l'ISO et de la CEI autres que le COPOLCO. Elle travaille au niveau national par l'intermédiaire de ses membres, et au niveau international. CI donne la priorité à son implication dans la normalisation et modifie périodiquement les domaines qu'elle entend cibler. Consulter le site Web de CI pour vous tenir au courant des développements les plus récents !
Diapositive 22 : Travail en réseau de CI	CI fournit de précieuses ressources à ses membres. La diapositive ne présente qu'une partie des ressources.
Diapositive 23 : Documents de politique	Ces dernières années, CI a développé des lignes directrices spécifiques à l'intention des représentants des consommateurs impliqués dans des travaux de normalisation. Ses membres ont un rôle important dans la surveillance de la mise en application des normes.
Diapositive 24 : CI et la formation	CI a collaboré intensément avec le COPOLCO et le DEVCO pour une série de cours de formation sur la participation des

consommateurs à la normalisation de 2003 à 2007. Ces cours ont eu lieu à Bangkok, au Caire, à Prague, à Toronto, Kuala Lumpur (Malaisie), à Gaborone (Botswana) et à Vienne, Autriche.

La photographie a été prise lors du séminaire de 2005 à Toronto : la Conseillère CI pour les politiques, Sadie Homer, écrit sur le tableau à feuilles et l'ancienne Présidente de CI, Marilena Lazzarini (lunettes), assise, nous fait face.

Diapositive 25 : Autres possibilités

Consultez des sites Web et faites d'autres types de recherche pour identifier les autres organisations qui ont des intérêts comparables aux vôtres. Voici une explicitation de la « salade de sigles » figurant sur la diapositive.

Journée mondiale de la normalisation : le 14 octobre, tous les ans. Pour plus d'informations, contactez votre ONN (voir la liste sur ISO Online www.iso.org)

ONUDI – Organisation des Nations Unies pour le développement industriel

CEE/ONU – Commission économique pour l'Europe des Nations Unies

OMS – Organisation mondiale de la santé

SIDA – Agence suédoise pour le développement international

UE – Union européenne

Questions à soumettre à la discussion :

1) Quelles sont les ressources disponibles?

1a) Pour les représentants des organisations de consommateurs : de quelles ressources disposent ces organisations dans votre pays?

1b) Pour les professionnels de la normalisation : de quelles ressources disposez-vous pour traiter des intérêts des consommateurs ou d'autres parties prenantes?

2) Votre organisation connaît-elle les ressources à sa disposition ?

3) Il se peut que, dans votre pays, la sensibilisation et la coopération soient faibles autour d’un enjeu que vous jugez important pour les consommateurs.

3a) Que pouvez-vous faire pour améliorer la situation?

3b) Que peut faire votre organisation dans son ensemble pour améliorer la situation?

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 5 QUESTIONS RELATIVES AUX CONSOMMATEURS DANS LES NORMES – ÉTUDES DE CAS

Cette présentation est assez différente des précédentes. Vous pouvez utiliser les diapositives PowerPoint pour un exposé illustrant comment les consommateurs peuvent influencer l'élaboration des normes – du début à la fin des travaux. Vous pouvez également reprendre les exemples donnés pour illustrer certains points d'autres présentations ou conduire des discussions, des séances de questions et réponses, etc. Vous pouvez compléter ces exemples par des exemples de votre pays. En effet, les exemples nationaux ou ceux que vous connaissez rendent une présentation plus accessible et vivante pour le public.

La présentation expose deux études de cas ou exemples plus approfondis : l'élaboration du Guide ISO/CEI 76, *Élaboration des normes de service – Recommandations pour répondre aux attentes des consommateurs*, et la Responsabilité sociétale (RS). Ils sont suivis de six autres exemples : trois se rapportant aux normes de produits, deux aux normes de services et un à la satisfaction des clients.

La présentation

Diapositive 2	Adaptez cette diapositive pour indiquer le lieu et la date de votre cours de formation.
Diapositive 3 : Guide 76	Le Guide ISO/CEI 76 est un document destiné aux experts qui rédigent les normes, afin de les aider à concevoir un service qui aboutira à une meilleure satisfaction des clients. Il peut servir à élaborer des normes à l'usage de tout type d'organisme et de service.
Diapositive 4 : Nécessité d'un guide	Les normes relatives aux services sont en constante augmentation. L'ISO/COPOLCO a identifié la nécessité d'un guide qui soit une introduction sur les rapports entre les principes essentiels des consommateurs (indiqués au troisième point) et l'élaboration des normes. En l'absence d'un tel guide, certains de ces principes étaient ignorés par les comités lors de l'élaboration de leurs normes.
Diapositive 5 : Contenu du guide	Soulignez que l'objectif du guide est de fournir une aide pratique aux personnes qui élaborent des normes dans le secteur des services. La liste de contrôle est un outil simple, qui est illustré d'exemples incitant à utiliser le guide.
Diapositive 6 : Communication	Les normes de produits contiennent souvent des exigences relatives aux informations sur les achats et au mode d'emploi. Dans les normes de services, le rôle de la communication est très important à tous les stades du processus. Les normalisateurs doivent y être particulièrement attentifs si l'on veut satisfaire aux

attentes des consommateurs.

Diapositive 7 : Outils pour les services

Le Guide 76 fait partie d'une série de guides et de normes qui peuvent aider les représentants des consommateurs et les comités de normalisation lorsqu'ils élaborent des normes pour le secteur des services. Indiquez aux stagiaires que ces guides existent et où les trouver lorsqu'ils traitent de questions intéressant les consommateurs dans la normalisation.

Diapositive 8 : Responsabilité sociétale

La responsabilité sociétale est un domaine nouveau pour l'ISO. La proposition d'élaborer une norme dans ce domaine a suscité un intérêt considérable et inhabituel de la part des représentants du monde du travail, de la société civile et de l'industrie. L'ISO a mené d'importantes consultations internationales (une journée d'étude et un projet de recherche du COPOLCO, suivis d'un atelier international dans le cadre de son programme de politique de normalisation, entre autres mesures).

Pour s'assurer que la norme traduira de façon adéquate les attentes des parties intéressées auxquelles elle s'adresse, un groupe consultatif stratégique multipartenaires a proposé de nouvelles modalités de travail pour l'élaboration de cette norme importante, unique en son genre, en recommandant de la confier à un groupe de travail multipartenaires équilibré, avec participation des pays développés et en développement.

Un site Web public donne plus d'informations : www.iso.org/sr . **Vous êtes invités à consulter ce site Web.**

Diapositive 9 : RS – La solution

En plus du bon équilibre des types de parties prenantes représentées au groupe RS, un bon équilibre régional a été assuré. En effet, la RS concerne aussi fortement les pays en développement. Leur participation au processus était donc essentielle, tant aux réunions des groupes de travail que durant les périodes réservées aux observations. Un financement des donateurs a été obtenu pour permettre cette participation.

De plus, le groupe de travail RS a établi un Fonds d'affectation spécial distinct pour parrainer des participants de pays en développement et de pays développés (issus, dans ce dernier cas, d'organisations en liaison).

Diapositive 10 : SR – Les résultats

L'ISO a demandé à ses membres de désigner des experts dans six groupes distincts de parties prenantes : industrie, consommateurs, gouvernement, organisations syndicales, organisations non gouvernementales et « SSRO » (secteur tertiaire, activité de conseil, instituts de recherche et autres, y compris les universités). Les experts ont tous les mêmes droits et agissent à titre personnel pour représenter leur catégorie de parties prenantes. Cet aspect est important parce qu'il diffère de la procédure ISO normale, qui exige la préparation d'une synthèse nationale avant une réunion.

Diapositives 11 et 12 : Gilets de sauvetage

Lorsque la normalisation internationale des gilets de sauvetage et des aides à la flottabilité débuta à la fin des années 1980, les organisations nordiques de consommateurs avaient déjà, depuis plus d'une décennie, leurs propres lignes directrices communes de sécurité pour ces équipements. Les représentants des pays nordiques furent donc concernés lorsque l'animateur du groupe de travail chargé d'une nouvelle norme relative aux gilets de sauvetage annonça, au début du processus, que seul serait acceptable le plus haut niveau de sécurité possible.

Les représentants des consommateurs estimèrent toutefois que les nouvelles normes de sécurité devaient également inclure des critères de confort, d'esthétique et d'autres caractéristiques concrètes afin que les pratiquants de la pêche, du canoë, du ski nautique et d'autres sports de loisir soient plus tentés d'utiliser ces équipements.

Au final, trois normes relatives aux gilets de sauvetage et aides à la flottabilité ont été élaborées (EN 393, EN 395 et EN 396), représentant divers niveaux de sécurité et stimulant ainsi l'utilisation de ce type important d'équipement.

Diapositive 13 : Contraception

Il s'agit d'un exemple d'implication des représentants des consommateurs dans la révision d'une norme internationale. La représentante des consommateurs était issue d'un pays en développement bénéficiant d'un climat tropical. Elle s'aperçut que les méthodes d'essai préconisées par la norme présupposaient que les préservatifs ne seraient pas exposés durablement à des températures élevées durant le transport et le stockage. Une telle situation n'était pas réaliste et ne correspondait pas aux conditions de climat chaud dans un pays en développement. Elle s'efforça de persuader le comité d'accepter que la norme prenne en compte la situation réelle de nombreux pays. En fin de compte, la norme révisée contenait des essais et des critères de performance réalistes.

La pertinence de la norme n'est qu'un aspect de la protection des consommateurs. La norme doit être mise en application pour que cette protection soit réelle. En l'occurrence, si elle n'est pas largement appliquée, les préservatifs non conformes à la norme peuvent toujours être disponibles dans des pays sans surveillance ni application obligatoire. Ainsi, bien que l'amélioration apportée à la norme soit une étape importante dans la bonne direction, elle n'est pas en soi une réponse.

Diapositive 14: Cars de ramassage scolaire

Âgée de 10 ans, la fille de Shafik et Lila Kent fit tomber une boîte de raisins sur la route en traversant devant le car pour rentrer chez elle. C'était par une froide journée d'hiver à Montréal et le givre des vitres et rétroviseurs empêcha le conducteur de voir Anna, qui perdit la vie tragiquement. Un cas hélas non isolé et, après cet horrible accident, les parents s'engagèrent dans une association

de parents qui, comme eux, avaient perdu un enfant dans des circonstances analogues. Ils se firent les avocats d'une meilleure sécurité de ces cars.

Lorsque la CSA mit à jour sa norme sur ces véhicules, elle contacta M. Kent et lui demanda de siéger au comité technique. M. Kent, qui était ingénieur, accepta, reconnaissant que cela lui serait pénible mais estimant qu'il y avait là une chance de faire de leur tragédie personnelle une occasion d'améliorer la sécurité pour d'autres enfants.

Le Comité technique prit au sérieux les recommandations de M. Kent et l'édition suivante de la norme inclut non seulement des exigences pour les bras articulés à l'avant des cars mais définit également des exigences pour l'amélioration des systèmes de dégivrage et des rétroviseurs, facteur particulièrement important dans les conditions de conduite hivernales au Canada. La contribution personnelle remarquable de M. Kent à ce travail de normalisation et à la prévention des blessures des enfants fut hautement appréciée par les autres membres du comité.

Cet exemple montre à l'évidence que les consommateurs qui travaillent ensemble peuvent avoir un impact. Dans ce cas, ils ont été aidés par les compétences d'ingénieur de M. Kent, qui lui permettaient de comprendre les méthodes d'essai et les possibilités de modifier la norme. En raison de sa tragédie personnelle, il était aussi très motivé. Les cas de décès sont des facteurs puissants de motivation pour le développement d'une meilleure protection, y compris dans les normes.

Le bras articulé sert de barrière à l'avant du car. Lorsque le car s'arrête et que les phares s'allument, il se déplie et empêche les enfants de passer devant le capot. Une fois que les enfants ont traversé, le bras articulé se replie.

Diapositive 15 : Sûreté de l'eau

Consumers International a été invitée à participer au nouveau comité technique ISO/TC 224, couvrant les activités de service relatives aux systèmes d'alimentation en eau potable et aux systèmes d'assainissement. L'intention était à l'origine de traiter des systèmes de canalisations et d'égouts des pays plus riches. Le représentant de CI a défendu avec succès l'idée d'un élargissement du champ des travaux à l'élaboration de normes relatives à des réseaux non intégrés caractéristiques des pays moins riches – puits, eau en citernes, latrines à fosse, fosses septiques et autres systèmes non intégrés. Manifestement, certaines de ces spécifications supplémentaires s'appliqueront aussi aux zones rurales et aux systèmes d'urgence dans les pays plus riches.

Diapositive 16 : Services de plongée de loisir

La plongée sous-marine est très dangereuse. Il suffit parfois d'une erreur commise sous l'eau pour entraîner la mort. Le secteur de la plongée de loisir s'inquiétait du fait que n'importe qui pouvait acheter l'équipement nécessaire et emmener des personnes en

plongée sans avoir l'expérience et les qualifications requises. Une série de normes a été demandée pour établir la différence entre prestataires de services et moniteurs de plongée qualifiés et non qualifiés. Soulignez que, bien que ces normes soient relatives aux services fournis, elles renvoient à des normes de produits pour garantir la sûreté de tous les aspects de l'activité.

Les exigences relatives aux services sont-elles vérifiables ? Cette question a suscité des débats animés au sein du comité de normalisation. Selon certains membres du comité, pour une norme de services, c'est impossible. Ce sont les consommateurs qui ont insisté sur le fait que toutes les exigences devaient être vérifiables et ont montré comment y parvenir. Depuis ces travaux, le Guide ISO/CEI 76 a été publié. Il aurait constitué une ressource très précieuse pour appuyer la position des consommateurs et hâter un accord sur ce point fondamental.

Diapositive 17 : Gestion des réclamations

Cette norme (ISO 10002) a été élaborée à la suite d'une initiative de l'ISO/COPOLCO. A l'époque, il existait deux normes nationales assez différentes et d'autres étaient en préparation. Le COPOLCO estimait qu'avec le développement du marché mondial et des achats sur Internet, une norme internationale était très justifiée. Pour une entreprise, la conformité à une telle norme était également un moyen de satisfaire à certaines exigences d'ISO 9001.

Comme les consommateurs ont été impliqués dès le début, le projet de domaine d'application de la norme tenait déjà compte de leurs préoccupations. Durant l'élaboration de la norme, le représentant des consommateurs a veillé à ce que la norme donne aux entreprises des lignes directrices de gestion pour les malvoyants et les malentendants. Il s'est également assuré de la pertinence et de l'applicabilité de la norme pour toutes formes d'organisations, y compris les PME et les fournisseurs non commerciaux de services comme les hôpitaux publics.

Cette norme fait partie d'une série de trois normes qui traitent de différents aspects de la satisfaction des clients. Les deux autres portent sur la résolution de conflits extérieurs (ISO 10003) et les codes de conduite des organismes (ISO 10001). Toutes trois ont été élaborées à la suite d'initiatives des consommateurs, qui ont participé activement à leur élaboration.

LES NOTES DU FORMATEUR : PRÉSENTATION 6

DÉVELOPPER VOS SOLUTIONS – DÉFINIR UN « PLAN D'ACTION »

Introduction

Dans cette présentation, vous étudierez les actions possibles des organismes nationaux de normalisation (ONN) et des organisations de consommateurs (OC) au niveau national. Vous soulignerez que la collaboration entre ONN et OC doit être encouragée. Vous montrerez qu'il est indispensable d'élaborer un plan d'action afin que les enseignements des présentations et sessions précédentes de l'atelier puissent faire progresser réellement la participation des consommateurs à la normalisation.

Vous décrirez les principaux éléments d'un plan d'action adapté et préciserez ce que les ONN et les OC peuvent faire pour veiller à ce que des priorités réalistes soient définies. Pour que le plan réussisse, un dialogue permanent doit s'instaurer entre les ONN et les OC et le plan doit être régulièrement mis à jour et réajusté lorsqu'il est mis en application.

Les diapositives sont pour la plupart explicites. Les notes ci-dessous indiquent certains points importants que vous ferez ressortir et donnent des informations supplémentaires qui pourront vous aider dans votre exposé.

La présentation

Diapositive 2	Adaptez cette diapositive pour indiquer le titre, la date et le lieu de votre cours de formation.
Diapositive 3 : Plan	Cette diapositive donne le plan de la présentation.
Diapositive 4-5 : Voir plus loin	Ces deux diapositives vous permettent de rappeler dans les grandes lignes les sessions précédentes à vos stagiaires pour être sûr que les messages ont été bien reçus et compris.
Diapositive 6 : Un bon plan d'action	Un bon plan d'action doit couvrir **tous** les éléments indiqués dans cette diapositive si l'on veut qu'il permette une collaboration fructueuse entre ONN et OC. Précisez qu'il faut rester pragmatique et se développer à un rythme dicté par les réussites successives et la confiance croissante entre les parties impliquées. On ne peut atteindre tous les objectifs au premier essai !
Diapositives 7-11 : Actions pour un ONN	Ces cinq diapositives, qui constituent le corps de la présentation, décrivent **ce que** l'ONN et l'OC doivent faire pour obtenir une participation couronnée de succès des consommateurs à la normalisation. Soulignez qu'il s'agit là d'actions qui **pourraient** être adoptées. Demandez aux stagiaires d'étudier ce qui sera probablement le plus efficace dans leur situation à court, moyen et long terme, en tenant compte des ressources financières et autres, existantes et potentielles. Ils pourront alors établir des priorités entre les actions pour mettre à profit les réussites obtenues. Au fur et à mesure que

vous ferez défiler ces diapositives, étudiez avec les stagiaires **pourquoi** ces actions individuelles sont importantes et **comment** les ONN et les OC peuvent aborder au mieux les actions dans la situation qui est la vôtre.

Diapositive 12 : Actions pour le présent	Les cinq diapositives précédentes ont examiné **quelles sont** les actions à envisager. Cette diapositive souligne qu'il faut commencer sans tarder, lorsque les enseignements de cette formation sont encore bien présents à l'esprit. Elle suggère **comment** les relations entre l'ONN et l'OC peuvent être structurées dans un plan d'action – en reconnaissant qu'il peut y avoir des lacunes, en particulier aux premiers stades de la collaboration.
Diapositive 13 : Actions futures	Pour que l'enthousiasme initial débouche sur un succès durable, il est important de fixer une date pour examiner les progrès réalisés. Une fois qu'un plan d'action aura été approuvé, il faudra procéder à des révisions régulières, éventuellement annuelles, pour le mettre à jour en reconnaissant l'évolution des priorités et l'émergence de nouveaux enjeux à prendre en compte.

Questions à soumettre à la discussion :

Note : Distribuer cette présentation aux stagiaires avant de leur soumettre les questions.

1. Dans votre situation, quelles actions votre organisme national de normalisation (ON) et votre ou vos organisation(s) de consommateurs devrai(en)t envisager d'inclure dans un plan d'action?

2. Quels sont les obstacles à la participation des consommateurs dans votre situation et comment les surmonter?

3. Pouvez-vous établir un calendrier pour l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan d'action? Qui impliquer et comment s'assurer que ce plan est développé et mis en œuvre?

4. Qui puis-je contacter utilement et quand?